

Buku ke-7 dari penulis *bestseller* Ippho Santosa

100 Jurus TERLARANG!

Kok Masih Mau Bisnis Cara Biasa?

o

"Seharusnya buku ini tidak boleh beredar. Berbahaya!" Purdi Chandra

"Jangan sampai pesaing Anda membacanya!" Hermawan Kartajaya

"Kreativitas akan membuat Anda kaya!" Robert Kiyosaki

**10 Jurus Terlarang!
Kok Masih Mau Bisnis Cara Biasa!?**

Ditulis oleh Ippho Santosa

© Ippho Santosa 2007

Perwajahan: A. Subandi

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang

Diterbitkan pertama kali oleh

Penerbit PT Elex Media Komputindo

Kelompok Gramedia—Jakarta

Anggota IKAPI, Jakarta

EMK235070874

ISBN:978-979-27-0685-7

Bisnis

Cetakan ke-1: Juni 2007

Cetakan ke-2: Agustus 2007

Cetakan ke-3: Oktober 2007

Cetakan ke-4: Februari 2008

Dilarang mengutip, memperbanyak, dan menerjemahkan sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Dicetak oleh PT Gramedia, Jakarta

Isi di luar tanggung jawab percetakan

Senarai Isi

Ucapan Terima Kasih	ix
Kata Pelontar.....	xi
Jurus #1. Mulailah dengan yang Kanan.....	1
Apa relevansi kalimat ini dengan intuisi dan <i>Cashflow Quadrant</i> ?	
Jurus #2. Rancanglah DNA Sedini Mungkin.....	15
Mengapa seorang pelaku bisnis harus berkhayal dan menangis?	
Jurus #3. Terjunlah Seperti <i>Rollercoaster</i>.....	27
Bagaimana menyiasati kegagalan bisnis dengan <i>Secret of Seven</i> ?	
Jurus #4. Berdamailah dengan Badai.....	39
Bagaimana menyiasati penyakit, kelemahan, dan kejanggalan?	
<u>Jurus #5. Duduklah Sama Rendah</u>	<u>53</u>
Bagaimana memanfaatkan lima keajaiban paralel untuk bisnis?	
Jurus #6. Gantilah Gelar dan Jabatan	67
Mungkinkah <i>personal branding</i> dengan gelar dan jabatan instan?	
Jurus #7. Masuklah ke Surga Paling Dulu.....	81
Bagaimana cara mengubah <i>business doer</i> menjadi <i>business owner</i> ?	
Jurus #8. Biarkan Kudeta Terjadi	95
Apa kerugian dari pendaftaran merek dan apa manfaat dari kudeta konsumen?	



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

Ucapan Terima Kasih

- *God, Prophet and my family.*
- Majalah *Pengusaha*, majalah *Marketing*, majalah *Nebula*, *Koran Tempo*, *Mustang FM*, *Smart FM*, *Kei FM*, *Rakyat Aceh*, *Sumut Pos*, *Riau Pos*, *Batam Pos*, *Padang Ekspres*, *Sriwijaya Post*, *Bangka Pos*, *Radar Surabaya*, *Radar Bali*, *Radar Banjarmasin*, *Kaltim Post*, dan *Fajar Makassar*, yang telah menyebarkan karya-karya kami.
- ILO-PBB, Telkom, Telkomsel, Indosat, PLN, BTN, Bank Panin, Takaful, distributor ConocoPhilips, Jasa Raharja, Bio Farma, Pelindo, REI, PHRI, Terminal Tiket, Patria Tours & Travel, Southlinks Country Club, Semen Padang (Sepatim), Riau Pos Group, Universitas Narotama, Untag (Surabaya), ITS (Surabaya), UIB (Batam), Sekolah Global Indo-Asia, Sekolah Kallista, Centrinova, Arsikon Developer, RS Awal Bros, RS Budi Kemuliaan, RS Otorita Batam, Badan Otorita Batam, Pemko Batam, Satlantas Kepri, Dispenda Kepri, dan DPRD Kepri (Piswan), yang telah memercayakan pelatihan, riset dan konsultasinya kepada kami.
- Entrepreneur University, Store Manager Gramedia se-Indonesia, dan Korwil ESQ se-Indonesia.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

Orang Lateral

Too bad can be good! Terlalu buruk itu bisa berarti baik! Sungguh, kalimat pembuka barusan bukanlah permainan kata-kata. Bukan pula retorika. Itu adalah fakta. Seratus persen! Anda tidak harus menyandang gelar *Master* hanya untuk memahaminya. Nah, sekarang duduklah tenang-tenang dan simaklah buku ini baik-baik, karena sebentar lagi akan saya beberkan penjelasannya—khusus untuk Anda.

Too bad can be good. Contohnya Ryanair, yang merupakan sebuah *low-cost carrier* di Eropa. Namanya *low-cost carrier*, pastilah tiketnya murah. Bahkan uniknya, 25% dari kursinya gratis. Sebenarnya kalau cuma bicara murah, Southwest Airline, JetBlue Airways, dan Air Asia sudah jauh-jauh hari melakoninya. Namun, terlepas dari itu semua, Ryanair dapat dikatakan sebagai salah satu maskapai paling buruk di sana.

Betapa tidak? Kursi yang Anda duduki tidak bisa direbahkan. Kantong di belakang kursi pun tidak ada. (*Pst*, itu artinya semakin banyak ruang yang tersedia dan semakin banyak pula penumpang yang bisa terangkut.) Tidak cukup sampai di situ. Anda juga akan dibebani biaya tambahan jika ingin memilih kursi, memeriksa bagasi, atau memakai kursi roda. Sungguh, pelayanan yang sangat buruk.

Minuman gratis? Jangan harap! Mereka menjual air, kudapan, dan segalanya. Penerbangan jarak jauh? Jangan harap! Mereka hanya meladeni penerbangan jarak dekat. Bandara primer? Sudah saya bilang, jangan harap! Mereka hanya menangani bandara sekunder. Konter tiket? Ah, mereka tidak menggalakkannya. Mereka menjual 98% tiketnya via internet (sementara Southwest cuma 59%). Dampaknya bagi Ryanair, biaya administrasi dan komisi agen perjalanan dapat ditekan.

Selain itu, Ryanair berusaha *making money* dari pemasangan iklan di sekujur pesawat (tak lama lagi, iklan di meja lipat penumpang) dan penawaran aneka barang oleh pramugari. Bahkan situs resminya tidak luput dari penawaran produk. Selanjutnya Ryanair juga coba menjalin kerja sama dan *making money* sebisa-bisanya dari pihak hotel, mobil sewaan, paket ski, dan asuransi perjalanan. Betul-betul cara *making money* yang buruk!

Hanya itu? Tidak, tidak. Tanpa malu secuil pun, pimpinan Ryanair sempat berceloteh, “Kami ahlinya publisitas murahan.” Dan



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

Menurut saya, untuk menjadi orang yang luar biasa, lakukanlah apa yang tidak dilakukan oleh orang biasa. Kurang jelas? Baiklah, saya tampilkan beberapa ilustrasi. Orang biasa menghabiskan waktunya dua sampai tiga jam sehari untuk menonton sinetron. (Menurut sebuah riset, orang Indonesia menghabiskan dua jam 48 menit dalam sehari di depan televisi. Bilamana dibandingkan dengan negara-negara lain, durasi itu terhitung lama.)

Orang biasa menghabiskan hari Sabtu dan Minggu untuk bermalas-malasan. Orang biasa menghabiskan waktu, uang, dan kartu kreditnya di pusat-pusat perbelanjaan. Ketahuilah, orang luar biasa tidak pernah melakukan semua itu. Dan ketika Anda coba meniru orang luar biasa, saya jamin Anda akan dicap “gila” oleh orang biasa. Tidak percaya? Lakoni saja!

Belum lama ini di Jakarta saya bertemu dan bertukar pikiran dengan Helmi Yahya, biangnya *Reality Show* di tanah air. Ketika ia ber-kisah tentang betapa *workaholic*-nya dia semenjak kecil, saya langsung bergumam dalam hati, “Dia telah membayar harganya dan dia pantas memperoleh ganjarannya.” Lihat pula Aa Gym, pendakwah sekaligus pengusaha. Saya menyaksikan sendiri bagaimana ia memanfaatkan waktunya menit demi menit secara optimal. Dan kita semua maklum apa yang telah ia capai.

Sebelumnya, maafkan saya apabila tulisan saya kali ini sedikit *semrawut*. Maklum, tulisan ini memang dibikin sespontannya mungkin, seinstannya mungkin! Lagi pula, tulisan ini memang hanya untuk “orang gila” *kok*. Hei, jangan tersinggung! Ada yang lebih penting, Anda pilih yang mana? Menjadi orang biasa atau orang luar biasa? Setidak-tidaknya, sebelum menjadi orang luar biasa, Anda sudah menjadi orang biasa di luar ‘kan? Hahaha, saya bergurau.

Sekali lagi, jadilah orang yang luar biasa! Meskipun untuk itu, Anda harus merelakan diri untuk dilabeli “gila” oleh orang-orang di sekitar Anda. Percayalah, sebenarnya gelar “gila” tersebut merupakan luapan kekaguman alias pujian dari mereka. *Ngomong-ngomong*, beranikah Anda mengusulkan kepada presiden untuk mencanangkan Hari Gila Nasional? Yah, Anda uruslah sendiri. Kali ini saya tidak ikutan. Rasanya, saya belum segila itu.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

Selama ini, Purdi Chandra—selain dikenal sebagai pendiri bimbingan belajar Primagama dengan ratusan outlet di Indonesia—ia juga diakui sebagai pengusaha yang mengandalkan pendekatan-pendekatan yang di luar pakem alias tidak lumrah. Tak terkecuali sewaktu ia mendirikan *Entrepreneur University* yang kini sudah berjalan di lebih dari 10 kota di Indonesia.

Terlepas dari segala kelemahannya, di sini peserta sama sekali tidak diberikan ujian, akreditasi, status dan ijazah. Sebaliknya, mereka berhak berkonsultasi dengan para mentor seumur hidup! Mereka hanya diwisuda setelah menjadi pengusaha. Aneh dan *nyeleneh*, bukan? Namun tak urung, orang berbondong-bondong mendaftarkan diri. Tidak heran jika akhirnya Purdi Chandra dianugerahi *MURI Award*.

Satu poin mutlak yang diajarkan dan dianjurkan di *Entrepreneur University* adalah bagaimana mengoptimalkan otak kanan. Seperti yang dirumuskan oleh seorang ahli bernama Daniel Goleman, hemisfer otak kanan adalah otak emosional (erat kaitannya dengan EQ) yang bersifat intuitif, kreatif, dan ekstensif—alias meluas. Sementara itu, hemisfer otak kiri adalah otak rasional (erat kaitannya dengan IQ) yang lebih memuat analisis, kalkulasi, dan perincian. Lateral versus linear.

Nah, manakah yang lebih utama, otak kanan atau otak kiri? *Ah*, pertanyaan yang tidak begitu bermutu! Tentu saja, kedua-duanya berguna! Ya, iyalah. *Lha*, apa gunanya Tuhan menciptakan otak kanan dan kiri kalau ternyata salah satunya tidak bermanfaat? Serupa dengan *mouse* komputer, baik klik kiri maupun klik kanan sama-sama berguna.

Adapun saya pribadi mengimbau siapa pun untuk lebih memberdayakan otak kanan. Apa latar belakangnya? Begini, saat saya tampil di suatu forum bersama Kak Seto—ikon pendidikan anak di Indonesia—ia mengingatkan betapa kerapnya otak kanan dilalaikan dan diabaikan dalam dunia pendidikan selama ini. Itu patut disayangkan! Pendidikan konvensional—mulai dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi—selalu dan terlalu banyak mencerdaskan otak kiri. Hanya proses pembelajaran di *playgroup* dan TK yang menaruh perhatian pada otak kanan.

Akibatnya, tak dapat dielakkan, mayoritas manusia kuat otak kirinya (baca: orang kiri). Hanya segelintir manusia yang kuat otak



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

membangun merek. Pertanyaannya, negara manakah yang bergelimang dolar? Ah, *ndak* perlu mengerutkan kening! Jelas-jelas jawabannya, negara B—negara yang disibukkan aktivitas-aktivitas yang berbasis otak kanan. Sebut saja, negara kanan. Dan disadari atau tidak, untuk sekian lama bentuk kolaborasi seperti inilah yang terjalin antara negara berkembang dengan negara maju.

Makanya, jangan pernah sekalipun melalaikan dan mengabaikan otak kanan yang sarat dengan muatan-muatan intuisi, kreativitas, dan pemikiran meluas. Jangan pernah! Sekadar catatan, dalam konteks ini terdapat dua beban yang tiada terkira beratnya. Pertama, bagaimana mengubah diri Anda menjadi orang kanan. Kedua, bagaimana mengubah pasangan Anda menjadi orang kanan. Nah, itulah beban yang paling berat. Tanpa bermaksud menakut-nakuti, saya beri tahu saja apa adanya, percekcoakan adalah taruhannya. Akhirnya, *be intuitive, be creative, be extensive!* Itulah jurus yang pertama dari saya.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

warga Jerman oleh Prancis.” Namun, konsekuensi itu tidak membuat semangatnya gentar dan tidak pula membuat khayalannya buyar. Maka, jadilah teori relativitas, yang merupakan salah satu penemuan terbesar pada zaman modern.

Gagasan-gagasan tersebut betul-betul mendobrak paradigma dan dianggap gila oleh masyarakat pada zamannya! Yah, *unusual*, bukan *as usual*. Namun, kemudian mereka berhasil membalikkan dari sesuatu yang tidak mungkin menjadi sesuatu yang mungkin. Semuanya berawal dari khayalan. Menurut Albert Einstein, “Dunia ciptaan kita adalah produk dari pemikiran kita. Itu tidak akan berubah tanpa mengubah pemikiran kita.” Tutar Burt Rutan pula, “Hal ini benar-benar terjadi begitu Anda membuka mata Anda.” Saya setuju itu. Saya harap Anda juga.

Menikmati Impian

Kalau khayalan lebih bersifat abstrak, maka impian lebih bersifat konkret. Lantas, samakah impian dan mimpi? Ah, kata siapa itu? Jelas-jelas tidak sama! Impian hadir saat Anda benar-benar sadar (*conscious*). Sementara, mimpi hanya hadir saat Anda tidak sadar (*unconscious*). Memang, bahasa Inggris saja kesusahan membedakannya. Baik impian maupun mimpi, dinamakan dengan *dream*.



Pertanyaan selanjutnya, pentingkah impian bagi seorang pelaku bisnis? Selebriti sekelas Paris Hilton saja masih punya impian. Padahal ia sudah dikarunai kecantikan, ketenaran, dan kekayaan yang tidak tanggung-tanggung. Salah seorang mentor saya mengajarkan, seperti apa Anda nantinya tidak ditentukan oleh *keadaan* Anda saat ini, tetapi lebih ditentukan oleh *impian* Anda saat ini. (Lagi-lagi, ini bagian dari otak kanan.)

Paris Hilton masih punya impian



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

suka *melototin* film di rumah daripada di bioskop, termasuk saya. Salah satu film lama yang masih membekas di benak saya adalah *Analyze This*.



Terlihat di sana bagaimana seorang gem-bong kriminal yang gagah—diperankan oleh aktor kawakan Robert de Niro—tetapi malah menangis tersedu-sedu di tengah suatu baku tembak antarmafia. Hm, pria kok cengeng? Barangkali itulah yang terlintas di benak kita.

Robert de Niro sempat menangis

Hm, jangan buru-buru menghakimi. Bisa jadi tangisan sesekali seperti itu adalah akar dari suatu kekuatan, bukan kelemahan.

“*Yes, those tears. Those somewhat scary male tears,*” ungkap Dannye Romine Powell pada suatu saat. Di sini kita akan berbicara soal *power of crying*. Tengoklah kenyataan. Manusia-manusia yang menciptakan perubahan besar dalam sejarah hampir selalu pernah menangis, bahkan sering menangis. Ah, jangan melebih-lebihkan. Itu ‘kan dulu!

Tidak, tidak. Sekarang sama saja. Dari atlet, seniman, birokrat, profesional, hingga ulama sekalipun, semuanya sempat menangis. Padahal mereka adalah sosok yang sangat tangguh di bidang masing-masing. (Dalam bab terakhir saya akan mengupas paradoks *passion* dan *compassion*, yang juga mengisyaratkan betapa wajarnya sebuah tangisan.) Konon, pelatihan-pelatihan yang sanggup membuat para pesertanya menangis, kian ditunggu-tunggu.

Jadi, *nothing's wrong with crying*, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam bidang bisnis. Jika ada yang menjadi masalah maka itu adalah apa yang kita tangisi. Saya ulangi lagi, yang menjadi masalah adalah apa yang kita tangisi. Ketika kita teringat akan impian-impian yang kita yakini, ketika kita teringat akan nilai-nilai yang kita percayai, ketika kita teringat akan orang-orang yang kita kasihi, ketika kita teringat akan kesalahan-kesalahan yang kita sesali, maka bukan mustahil menangis menjadi sesuatu yang lumrah dan alamiah. Sama sekali tidak tabu!

Akan tetapi, kalaulah kita mengucurkan air mata karena kehilangan, kegagalan, atau kebuntuan, maka itu adalah sinyal kelemahan. Kita



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

tup perkenalkan saya bertanya, “Sebagai pelaku bisnis, apakah Anda punya impian?” Pasti punya ‘kan? Sepenuh hati saya sarankan, selagi impian Anda itu positif dan selagi Anda masih punya kesempatan, ya sudah, lakukan saja! Mengutip slogannya Nike, “*Just do it!*” Tentu Anda belum lupa dengan perumpamaan bayi tadi. Benang merahnya adalah diperlukan keberanian dan tidak diperlukan kesempurnaan untuk memulai sesuatu. Ujung-ujungnya, *Dream and Action* alias *DNA*. Hanya itu!

Sejenak saya ingatkan Anda dengan insiden bendera di Surabaya pada zaman pendudukan Belanda. Sewaktu saya menginap di Hotel Majapahit—bersebelahan dengan lokasi insiden—saya sempat diceritai tentang kegagahan pejuang-pejuang setempat dalam mempertahankan Sang Saka Merah Putih, kendati untuk itu mereka terpaksa merelakan nyawanya. Zaman sekarang, barangkali Anda tidak dituntut untuk menyangkal keberanian sedemikian rupa.

Anda mau dengar pendapat seorang pembalap yang memecahkan rekor dunia di Daytona, tentang keberanian? Atau, Anda mau dengar pendapat seorang pilot yang mencatat kemenangan terbanyak atas Jerman ketika Perang Dunia I, tentang keberanian? Atau, Anda mau dengar pendapat seseorang yang selamat setelah terapung-apung selama 22 hari di Samudera Pasifik ketika Perang Dunia II, tentang keberanian?

Kebetulan, ketiga-tiganya adalah orang yang sama. Dia adalah Eddie Rickenbacker. Baginya, ketakutan itu wajar. Dia bilang, “Sesungguhnya, keberanian itu adalah melakukan apa yang Anda takutkan.” Itulah yang saya namakan dengan menikmati ketakutan, di mana Anda tetap mengambil tindakan di tengah rasa takut.

Renungkanlah, pada saat Anda tidak punya nyali untuk mencoba sesuatu yang positif, maka itulah yang diistilahkan dengan kegagalan yang sejati. Tiada terminologi lain yang lebih pas! Akhirnya, grup musik Dewa dalam sebuah iklannya menantang kita dengan bertanya, “Berani?” Saya jawab, “Berani!” Nah, bagaimana dengan Anda? Meskipun Anda bukan peserta *Fear Factor*, tetapi kali ini saya harap Anda sependapat dengan saya. Ayo, nikmati ketakutan Anda!



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

malah melambungkan bisnis ke taraf yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Itu baru namanya luar biasa! Istilah orang Banjarmasin, “Menanam haur, tumbuh batung.”

Jadi, apa pun yang telah menimpa Anda, nikmati saja semuanya dan yakinlah Anda pasti mampu bangkit kembali! Akhirnya, Kabayan—legenda asal Jawa Barat—menasihati kita semua, “Kalau ada jalan menurun, pastilah ada jalan mendaki. Mustahil jalannya menurun terus.” *Nggak* usah mengangguk, saya percaya Anda setuju dengan pendapat Kabayan. Nah, khusus di bagian selanjutnya, saya akan menggiring Anda untuk lebih menikmati proses dan pembelajaran.

Menikmati Proses



Ketika terbang dari Kuala Lumpur ke Clark Field (Filipina), saya menyempatkan diri membaca buku versi asli *Why We Want You to be Rich* karangan dua maestro kekayaan, Donald Trump dan Robert Kiyosaki. Siapa *sih* yang tidak tahu mereka? Siapa pula yang tidak

Donald Trump, “Jadilah orang yang keras kepala.”

mengagumi sepak-terjang mereka? Asal tahu saja, Donald Trump adalah salah seorang pengusaha terkaya di Amerika Serikat, sedangkan Robert Kiyosaki adalah guru kekayaan ternama di dunia.

Kebetulan saya pribadi pernah menyimak langsung penuturan Robert Kiyosaki dan istrinya Kim, tentang kekayaan, beberapa waktu yang lalu di Singapura. Yah, sebenarnya, soal kekayaan, kita tidak perlu tabu dan ragu untuk membahasnya. Itu betul! Aa Gym bahkan pernah berpesan bahwa kekayaan adalah suatu keharusan, bukan cuma keinginan.

Oke, kita kembali ke Donald Trump dan Robert Kiyosaki. Melalui bukunya mereka menyadarkan pembaca bahwa kelas menengah dalam kehidupan makin menciut. Menurut prediksi mereka, kelak di negara-



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

Perlu juga dicatat bahwa otak manusia itu laksana kunci. Apabila sering dipakai, ia akan berkilat-kilat. Sebaliknya, bilamana jarang digunakan, ia akan berkarat. Tak pelak lagi, para staf dari kampus tersebut telah menempatkan diri mereka ya sebagai mangga yang masih muda dan kunci yang masih berfungsi. Dalam artian, mereka masih mau belajar. Bahkan belajar dari seseorang yang lebih junior daripada mereka. Istilahnya, *teachable*—dan *teachable* merupakan syarat mutlak untuk melompat ke level kehidupan yang berikutnya (*life leap*).

Minggu seterusnya, saya diundang ke Banjarmasin (untuk keempat kalinya). Setelah seminar, keesokan harinya saya memberikan *mentoring* untuk 20-an pengusaha setempat. Sewaktu salah seorang dari mereka menanyakan tentang kemerosotan dan kegagalan, yah, saya jawab saja, “Andai Anda terpaksa terjun, ya sudah, terjunlah serendah-rendahnya seperti *rollercoaster*. Tidak perlu risau, tidak perlu galau. Yang terpenting, segeralah naik kembali. *See you at the top!*”



Orang itu masih penasaran. Terus, ia menanyakan dari siapa dan di mana saya belajar sebelumnya. Saya sempat terdiam. Kemudian saya jawab apa adanya, “Belajar itu bisa dari siapa saja dan di mana saja. Asalkan positif.” Jadi, tidak mesti belajar di sekolah. *Beyond school* juga boleh. Hal yang paling utama, jangan merasa pintar sendiri. Salah-

Michael Dell, *drop out* dari sekolah

salah, nanti bisa kebablasan. Kata orang Jawa, “*Ojo kuminter, mundak keblinger.*”

Katakanlah, ketika saya berinteraksi dengan sejumlah pakar bisnis kelas dunia—di antaranya Prof. William Johnson, Robert Kiyosaki, Al Ries, dan Roger Konopasek—detik demi detik betul-betul saya memanfaatkan untuk belajar sesuatu dari mereka. Persis seperti ungkapan band Aerosmith, “*I don’t wanna miss a thing.*” Begitu pula dengan kunjungan-kunjungan saya ke luar kota dan ke luar negeri. Dari beragam tempat tersebut, saya himpun pelajaran sebanyak-banyaknya.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

Kenyataannya, tidak sedikit orang yang salah mencontek. Saya tidak bergurau! Contohnya, teman saya ingin membuka toko alat olahraga, tetapi ia malah mencari pengalaman di industri pipa. Kerabat saya ingin membuka usaha katering, tetapi ia malah mencari pengalaman di perbankan. *Lha*, mau *nyontek apaan* di sana? Ada, *sih*. Namun tentu sedikit sekali, semisal sistem dan skil manajerial. Akan tetapi secara keseluruhan, itu jelas-jelas tidak klop dengan tujuan besar Anda. Pasti itu!

Resapilah wejangan Stephen Covey dalam *Seven Habits of Highly Effective People*, yaitu *begin with the end in mind*. Hendaknya, setiap langkah kecil yang Anda ayunkan pada hari ini mengarah ke tujuan besar Anda pada masa mendatang. Setidak-tidaknya, itulah yang diyakini dan dijalani oleh Christian Dior, Pierre Cardin dan Jean-Paul Gaultier. Terbukti, akhirnya mereka berjaya dan digdaya. Camkan pula pepatah China, “*Su neng sheng qiao*,” yang maksudnya serupa dengan, “*Repetition creates mastery*.”

Saya pribadi—setelah sekian lama mencontek—sempat merenung, “Di manakah saya mendapat contekan yang paling berharga?” Kemudian batin saya menjawab, “Contekan paling berharga justru berada dalam diri kita sendiri.” Tepatnya, pengalaman pribadi. Tidak ada contekan yang lebih berharga daripada itu. Sungguh, saya kehabisan kata-kata untuk menandingi kebenaran kalimat barusan.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

Menikmati Kelemahan

Sebuah harian ibu kota dalam sebuah edisinya memasang foto Irawan, seorang pemuda berumur 21 tahun, sedang berdiri di pinggir jalan Imam Bonjol, Jakarta Pusat. Di dadanya terpampang sebuah karton bertuliskan, "Ibu sakit, butuh biaya. Siapa yang perlu ginjal, saya bersedia donor." Rencananya, hasil penjualan ginjal itu akan digunakan untuk membiayai operasi ibunya yang sedang dirawat di RSCM karena menderita kanker payudara. Pemuda yang tinggal di Jalan Kartini Dalam, Jakarta Barat ini rela kehilangan ginjalnya demi kesembuhan sang ibu.

Ahmad Junaidi, beritanya dimuat di sebuah media massa, adalah seorang polisi pengatur lalu lintas yang sangat rajin. Ia turun ke jalan setiap pagi dan sore hari, pada saat lalu lintas tengah padat-padatnya. Ia dengan ikhlas mengatur lalu lintas tanpa meminta imbalan dari para pengemudi. Ia menikmati hidupnya. Ternyata Ahmad Junaidi bukanlah polisi sungguhan, melainkan hanya seorang pemuda yang mengenakan seragam mirip polisi dan bergerak dengan kursi rodanya. Dia memang sudah cacat sejak lahir.

Sebuah media cetak memuat foto Ade Ismail, seorang tunanetra yang begitu bersemangat mengikuti ujian penerimaan mahasiswa baru di fakultas kedokteran Universitas Indonesia. Dia bukan satu-satunya peserta tunanetra di sana. Masih ada tujuh peserta tunanetra lainnya. Beberapa petugas membantu mereka dengan membacakan soal-soal ujian.



John Foppe mengatasi kelemahan



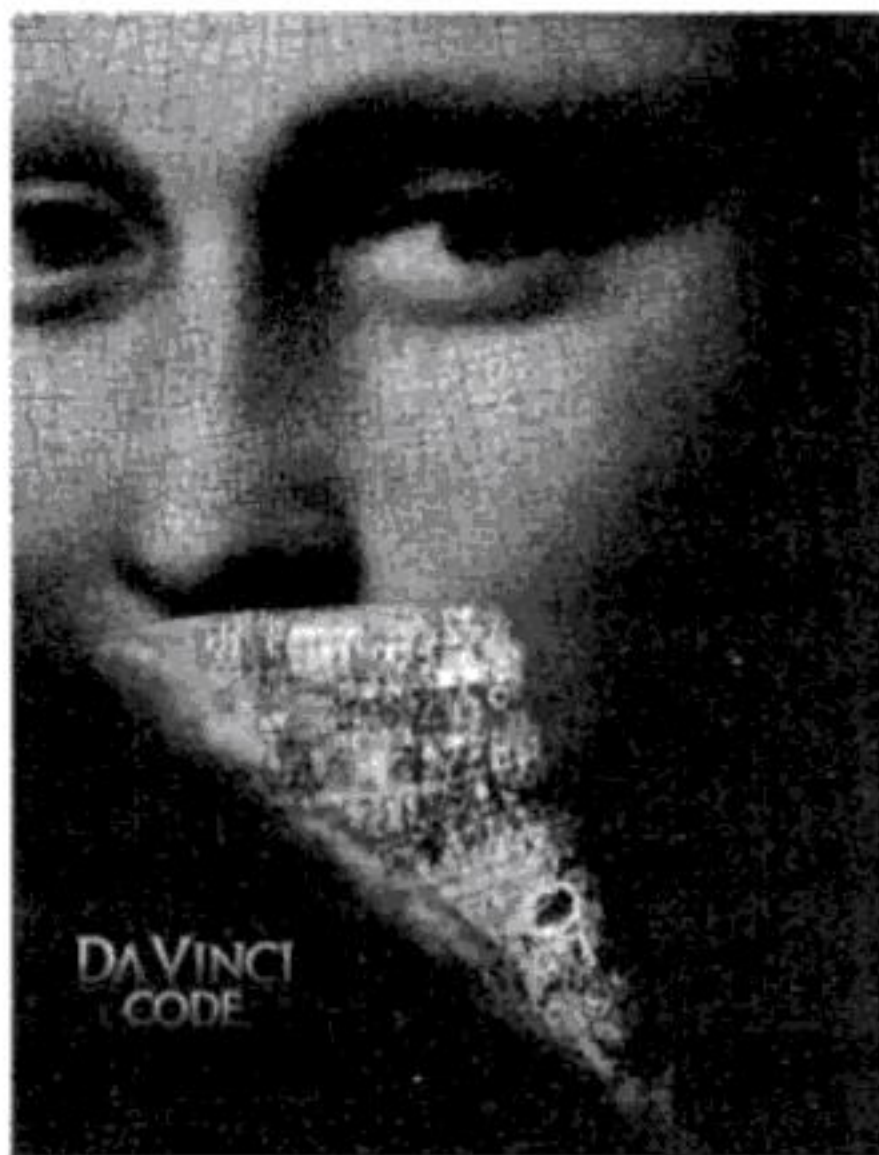
You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



Hm, gampang ditebak, penasar-an akan mencetuskan buah bibir, mengatrol merek, dan pada akhirnya melambungkan penjualan. Betul itu! Bahkan dengan sedikit hiperbola saya berani mengatakan, untuk kasus-kasus tertentu, pemasaran *nggak* bakal ada tanpa penasaran. Novel Da Vinci Code dan Harry Potter adalah contohnya. Begitulah, *penasaran* itu

Da Vinci Code menciptakan penasaran

identik dengan *pemasaran*. Untuk lebih jelasnya, silakan baca buku saya bersama Tantowi Yahya, *WOW! 25 Formula Bisnis Teruji dan Terpopuler*.

Beberapa tahun belakangan, Indonesia disebut-sebut sebagai negeri yang tidak normal. Betapa tidak? Indonesia sering terkena aksi teroris plus bencana alam. Teman saya sempat berseloroh dengan brosur pariwisata yang bertuliskan, “*Exclusive journey! Melancong ke negeri rawan bencana dan rawan teroris! Satu-satunya di dunia! Hanya di Indonesia! Book your ticket now!*”

Hahaha, saya langsung terpingkal-pingkal ketika mendengarnya. Namun sempat berkelebat di benak saya, “Bukankah ada segelintir orang yang berjiwa berpetualang dan gemar mengunjungi daerah-daerah yang berbahaya?” Orang-orang seperti mereka bisa mati penasaran kalau belum bertandang ke Indonesia. *Nah lho!* Oleh karena itu, dalam menyiasati peluang, peganglah selalu petuah yang satu ini, “Di mana ada *penasaran*, di situ ada *pemasaran*.” Boleh dicatat!

Menikmati Perubahan

Sebagai pamungkas untuk bab ini, akan saya sisipkan satu cerita yang apik dan menarik untuk Anda. Tentang seorang remaja yang bernama Dewo. Semasa SMP, dia sangat lemah dan bermasalah dalam mata



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



Kalau saya contohkan Kolonel Sanders (pendiri KFC), Ray Kroc (penggerak McDonald's), Thomas Edison (penemu legendaris), John Lennon (pemimpin Beatles), Michael Jordan (pebasket fenomenal), atau Bill Gates (pemilik Microsoft), mungkin akan terkesan agak mengada-ada bagi Anda. Yah, ketinggian.

John Lennon sukses meniti perubahan

Memang, sebagai pelaku bisnis, kita sering mengharapkan hasil yang instan dan spontan. Namun, ahli pengembangan diri John Maxwell menuturkan, kesuksesan itu—baik dalam bisnis maupun dalam bidang lainnya—dibangun setiap hari, bukan dalam sehari! Yah, proses. Saya pun berpendapat begitu.

Guru kegagalan asal Malaysia Billi Lim pun saat bertemu saya menegaskan, bukan kekayaan yang paling penting, melainkan proses dalam meraih kekayaan. Sekali lagi, prosesnya! Saya berharap, kata-kata mereka dapat menjadi pemicu dan pemacu bagi Anda untuk merintis sekaligus menikmati perubahan. Perubahan yang positif, tentunya. Perubahan demi perubahanlah yang membuat kehidupan kita lebih matang dan menantang.

Ubahlah dunia jika Anda mampu! Namun, setidaknya ubahlah diri Anda sendiri terlebih dahulu. Itu lebih masuk akal, bukan? Ilmuwan yang amat disegani Charles Darwin pun berwasiat, "*Parvis e glandibus quercus.*" Artinya, pohon oak yang besar berasal dari benih kecil yang tumbuh. Paling kurang, dalam skala kecil saya telah membuktikannya dan saya percaya Anda juga bisa.

Resepnya hanya dua, tekad yang kuat dan tindakan yang cepat! Ringkas kata, *Dream and Action*—seperti yang saya paparkan dalam bab sebelumnya. Pada suatu kesempatan, pengusaha gemilang dan penulis buku *Make Millions Marketing* Roger Konopasek sempat berpesan serius kepada saya, kecepatan itu adalah segala-galanya dalam



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

Dua menit sesudah kematian istrinya yang bunuh diri, Hitler pun menyusul dengan cara yang sama. Mayat mereka dikremasikan bersama, sesuai dengan pesan Hitler. Luar biasa! Lagi-lagi, cinta menunjukkan kesaktiannya.

Sayako, satu-satunya putri kaisar Jepang, pernah memutuskan untuk menikah dengan seorang rakyat jelata pada akhir tahun 2005. Putri dengan nama panggilan tidak resmi Nori itu diancam untuk meninggalkan keluarga kekaisaran dan menanggalkan gelar putri kaisar, karena ia memilih seseorang yang bukan dari kalangan bangsawan menjadi pendamping hidupnya. Demi cinta, Nori sempat mempertaruhkan berbagai keistimewaan serta kemewahan. Benar-benar gila!

Tidaklah salah apabila penulis Jalaludin Rumi pernah mengungkapkan bahwa cinta itu tak ubahnya seperti misteri. Lanjutnya, cinta adalah samudra yang tak terukur kedalamannya. Cinta tak dapat digali melalui buku-buku ilmu pengetahuan. Cinta juga tak dapat tercakup dalam pembicaraan atau pendengaran manusia. Wow! Dan bagi kebanyakan orang, seheboh-hebohnya masalah kebersamaan dan kesetaraan, masalah cinta jauh lebih heboh!

Oleh sebab itu, di sini saya tidak akan mendefinisikan cinta, karena saya khawatir itu akan mereduksi kedalamannya. Kali ini saya hanya akan mencermati unsur-unsur yang selalu terkandung dalam senyawa cinta. Murid kesayangan sesepuh psikologi Sigmund Freud menyebutkan empat unsur mutlak, yaitu hormat (*respect*), perhatian (*care*), tanggung jawab (*responsibility*), dan pengetahuan (*knowledge*). Unsur-unsur yang sama juga ditemukan pada *Team in Love*.

Ketika Anda sudah mencintai bisnis Anda, maka Anda tidak akan *kepikiran* lagi untuk menyia-nyiakan, apalagi meninggalkan bisnis tersebut. Iya 'kan? Alih-alih menelantarkan, malah Anda akan bersikap penuh hormat (*respect*), penuh perhatian (*care*) dan penuh tanggung jawab (*responsibility*) atas bisnis Anda. Teringin pula Anda mengetahui lebih banyak lagi (*knowledge*). Betul begitu?

Sejenak, amatilah figur-figur yang membidani karya-karya luar biasa di muka bumi ini. Hampir dapat dipastikan mereka memiliki semangat yang mengejutkan dan menakjubkan. Nah, apabila ditelusuri lebih lanjut, dari mana *sih* semangat itu berasal? Yap, seperti yang



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

Thus, ucapan-ucapan seperti itulah yang kian mengharumkan nama Beatles. Sungguh, mereka adalah tim. Sejarah pun merekam, secara internal mereka tak terpisahkan dan secara eksternal mereka tak terkalahkan, selama puluhan tahun! Fantastis! Jadi, adalah wajar jika Beatles meracik tembang berjudul *Come Together*, yang kemudian dilantunkan kembali oleh Aerosmith dan Michael Jackson.

Pernah mendengar dongeng Tiongkok tentang kakek tua yang memindahkan gunung? Ternyata hal itu benar-benar terjadi di Minnesota, Amerika Serikat. Bukan dongeng. Ini *beneran!* Bahkan tanah dan batu di bukit tersebut dipindahkan dengan keranjang-keranjang, bukan dengan alat-alat pengeruk tanah yang modern.

Di situlah tim bermain. Bukan sembarang tim, melainkan ribuan orang yang menggerakkan keranjang setiap hari selama bertahun-tahun. Betul-betul yang tiada tanding, tiada banding! Benar juga kata orang, *Team* itu singkatan dari *Together Everyone Achieves More*. Kata orang pula, *community* itu merupakan plesetan dari *come in unity*.

Dalam membangun usaha, saya juga sangat mengandalkan tim. Harap maklum, saya adalah jenis orang yang menganut, lebih baik mengantongi pendapatan 30% dari banyak bisnis, daripada meraup pendapatan 100% dari satu bisnis. Sedangkan untuk merambah berbagai bisnis, tak pelak lagi saya meniscayakan tim. Mana bisa *single fighter*? Tanpa bermaksud bercanda, saya katakan saja, "Duduk sama rendah, berdiri sama tinggi, berbisnis sama untung." Alih-alih tertawa, saya yakin Anda sependapat dengan saya.

Selain itu, tim juga dapat dijadikan "kavling" untuk saling mencurahkan isi hati, menularkan motivasi, mengungkit potensi, dan berbagi nasihat. Sosok-sosok yang tergabung dalam tim Anda pun adalah orang-orang yang paling tepat untuk Anda ajak merayakan kemenangan Anda. Apa Anda mau merayakan kemenangan Anda sendiri? *Lha*, apa serunya?

Sebuah tayangan di televisi mengusung tajuk *Indahnya Kebersamaan*. Saya *sih* setuju-setuju saja. *ANDALUS* pun punya lagu dengan judul yang sama, *Indahnya Kebersamaan*. Akan tetapi, janganlah Anda menggandeng orang yang asal-asalan demi tim dalam bisnis dan kehidupan keseharian Anda. Wah, nanti bisa repot.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

Tidak jauh berbeda ketika radio dan televisi ditemukan serta dikembangkan sepanjang abad ke-19 dan ke-20, informasi pun menjadi lebih mudah dan lebih murah. Luar biasa? Hm, boleh dibilang begitu. Namun, itu belum seberapa. Karena keempat media tersebut—buku, telepon, radio, dan televisi—tidak dapat mengalahkan keperkasaan duet PC dan CP, dua instrumen yang menyeruak belakangan. Apa itu PC dan CP? Yap, betul sekali! *Personal computer* dan *cellular phone*.

Uniknya, PC dan CP mengandung banyak persamaan, yang membuat keduanya menjadi komplementer sekaligus substitusi satu sama lain. Benar-benar unik! Didukung oleh *internet provider* dan operator seluler, maka informasi menjadi jauh lebih mudah dan jauh lebih murah. Bak sebuah keajaiban, setiap individu pun mulai *interconnected*. Implikasinya, selisih informasi untuk masing-masing orang kian menipis.

Tengok saja dewasa ini, apa *sib* bedanya informasi yang dikonsumsi oleh negara berkembang dengan negara maju? Orang desa dengan orang kota? Rakyat dengan pemimpin? Bawahan dengan atasan? Mahasiswa dengan dosen? Anda dengan saya? Nah, coba bandingkan dengan ketidaksetaraan informasi pada zaman dulu. Betul-betul ketidaksetaraan yang berlebihan ‘kan? Ringkasnya, dengan tersedianya PC dan CP, kini tiap warga dunia mengantongi peluang yang sama menuju kesetaraan informasi. (Bersyukurlah kepada Tuhan dan berterimakasihlah kepada penemu.)

Keajaiban paralel yang ketiga, *May 13th and May 13th*. Indonesia dan Malaysia adalah dua negara yang unik. Terlepas dari letaknya yang bersebelahan, rupanya banyak sekali persamaan yang melekat pada kedua negara ini. Mulai dari ras, agama, bahasa, budaya, alam, hingga hal-hal spesifik seperti nama negara, bulan kemerdekaan, dan insiden 13 Mei.

Nah, ketika 13 Mei disebutkan, apa yang terlintas di benak orang Indonesia? Apa pula yang berkelebat di benak orang Malaysia? Hal yang sangat mengagetkan, ternyata jawabannya kurang-lebih sama, “Kerusuhan antar-etnis yang berakar dari kelabilan politik dan kesenjangan ekonomi yang berlarut-larut.” Harus diakui, memang itulah yang telah menimpa Indonesia dan Malaysia.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.



You have either reached a page that is unavailable for viewing or reached your viewing limit for this book.

10 jurus TERLARANG!

- jurus 1** Mulailah Dengan Yang Kanan
Apa relevansi kalimat ini dengan intuisi dan *Cashflow Quadrant*?
- jurus 2** Rancanglah DNA Sedingi Mungkin
Mengapa seorang pelaku bisnis harus berkhayal dan menangis?
- jurus 3** Terjunlah Seperti Rollercoaster
Bagaimana menyiasati kegagalan bisnis dengan *Secret of Seven*?
- jurus 4** Berdamailah Dengan Badai
Bagaimana menyiasati penyakit, kelemahan, dan kejanggalan?
- jurus 5** Duduklah Sama Rendah
Bagaimana memanfaatkan lima keajaiban paralel dalam bisnis?
- jurus 6** Gantilah Gelar dan Jabatan
Mungkinkah *personal branding* dengan gelar dan jabatan instan?
- jurus 7** Masuklah ke Surga Paling Dulu
Bagaimana cara mengubah *business doer* menjadi *business owner*?
- jurus 8** Biarkan Kudeta Terjadi
Apa kerugian dari pendaftaran merek dan apa manfaat dari kudeta konsumen?
- jurus 9** Waspada! Zaman Edan
Apa ciri-ciri zaman edan dan apa kaitannya dengan *positivity*?
- jurus 10** Matilah Dengan Tenang
Apa relevansi $E=MC^2$ dengan keseimbangan "hati" dan "hati-hati"?

Ippho Santosa:

- pembicara seminar
- pendiri, pengarang lagu, dan produser *ANDALUS*
- penulis buku-buku *bestseller* (bersama Tantowi Yahya dan Aa Gym)
- mantan *adviser* dan *trainer* di puluhan perusahaan nasional
- mantan *marketer* di dalam dan luar negeri
- mantan *interpreter* ILO-PBB
- mantan dosen

Penerbit PT Elex Media Komputindo
Jl. Palmerah Selatan 22, Jakarta 10270
Telp. (021) 5483008, 5490666, 5480888
Ext. 3311 - 3318
Web Page: <http://www.elexmedia.co.id>

www.ippohosantosa.com

BISNIS

ISBN 978-979-27-0276-7



9 789792 706857

EMK235070874

Bahan dengan hak cipta